

Давидова Л. В. Робота редактора і коректора регіональних видавництв і редакцій ЗМІ у сучасних умовах. – Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2014. – Квіт. – черв. – Т. 55. – С. 125-129

Робота редактора і коректора регіональних видавництв і редакцій ЗМІ у сучасних умовах

У статті розглядаються проблемні питання роботи редакторів і коректорів, які працюють у регіональних видавництвах і редакціях ЗМІ, процес конвергенції на периферії, аналізується рівень опрацювання цієї проблематики вітчизняними фахівцями.

Ключові слова: редактор, коректор, конвергенція, інтернет-медіа.

Давыдова Людмила Викторовна

Житомирский государственный университет имени Ивана Франко,
ассистент кафедры издательского дела, редактирования и основ журналистики
067-153-25-00, Luddavidova@gmail.com

Работа редактора и корректора региональных издательств и редакций СМИ в современных условиях

В статье рассматриваются проблемные вопросы работы редакторов и корректоров, работающих в региональных издательствах и редакциях СМИ, процесс конвергенции на периферии, анализируется уровень проработки этой проблематики отечественными специалистами.

Ключевые слова: редактор, корректор, конвергенция, интернет-медиа.

Ludmila Davidova

Zhytomyr State University named after Ivan Franko,
assistant of the Department publishing, editing and journalism basics
067-153-25-00, Luddavidova@gmail.com

Work of the editor and corrector of the regional mass-media publishing houses and editorial offices in the contemporary conditions

The article deals with the problematic questions concerning work of editors and correctors engaged in the outlying district mass-media publishing houses and editorial

offices, the process of convergence in the outlying districts; the level of studying these problems by our home specialists is also analysed.

Keywords: editor, corrector, convergence, internet-media.

Вступ. Професійність редактора і коректора у сучасному світі має значний вплив не лише на процес редакційно-видавничої підготовки, дотримання видавничих стандартів, кінцеву якість медіа-продукту, а й на формування культури видання і підвищення рівня культури споживача. Значний інтерес викликає активний розвиток процесів конвергенції у журналістиці та видавничій справі, поява нових редакторських професій. Актуальність теми полягає у дослідженні особливостей роботи редактора і коректора в сучасних умовах на прикладі видавництва і редакцій ЗМІ Житомирської області.

Питанням роботи редактора присвячено чимало досліджень українських фахівців, зокрема «Літературне редагування» В. В. Різуна, «Видавнича справа та редагування», «Книга для автора, редактора, видавця», «Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання» М. С. Тимошика, «Літературне редагування» Р. Г. Іванченка, «Стилістика й редагування» А. О. Капелюшного, «Художньо-технічне редагування» В. Е. Шевченко та інших, питання роботи коректора у сучасних умовах розглянуто у підручнику «Коректура» Т. С. Крайнікової. Активний розвиток процесів конвергенції аналізується у статтях «Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ» М. І. Женченко, «Перехід на нові формати» С. Панюшкіної. Проте ці дослідження стосуються більшою мірою діяльності редакторів і коректорів, які працюють у видавництвах і засобах масової інформації, що є провідними учасниками медіа-ринку.

Мета дослідження – проаналізувати проблеми і виклики, з якими доводиться стикатися редактору і коректору в регіональних видавництвах, газетах, журналах, інтернет-медіа, схарактеризувати особливості їхньої роботи у сучасних умовах. У роботі використано такі *методи дослідження*: метод спостереження, метод аналізу, метод порівняння, метод узагальнення.

Основна частина. І редактор видавництва, і редактор ЗМІ повинен мати аналітичне мислення, виробити в собі здатність і вміння аналізувати, бути комунікабельним, освіченим, відчувати найтонші нюанси слова, а найголовніше – бути справжнім професіоналом у сучасних надскладних умовах.

Професійні компетенції редактора насамперед пов'язані з тим, про яку саме редакторську посаду йдеться. М. С. Тимошик розрізняє такі редакторські посади, які безпосередньо залежать від кола професійних обов'язків редактора: головний редактор; заступник головного редактора; провідний (старший) редактор; редактор; молодший редактор; редактор-організатор; літературний редактор; новинний редактор (редактор новин); науковий редактор; титульний редактор; спеціальний редактор; художній редактор; технічний редактор; випусковий редактор [1, с. 16].

Не всі особи, які працюють на перелічених посадах, займаються власне редагуванням. Так, головний редактор в ЗМІ здійснює здебільшого керування органом ЗМІ, займається видавничою діяльністю та контролює роботу інших редакторів [2, с. 30].

У невеликих регіональних видавництвах доволі часто редактор виконує всі організаційні функції і водночас здійснює літературне редагування. Прагнучи надати авторському оригіналу стильової досконалості, редактор у жодному разі не повинен втручатися в текст із суб'єктивними правками, намагаючись суттєво відредагувати текст без потреби і замінити власним баченням авторське. Недаремно у багатьох видавництвах постулатом до роботи редактора є фраза: «авторське – то святе!». Занадто захопитись виправленнями може як редактор-початківець, так і досвідчений фахівець. У першому випадку прагнення «підмінити» авторське бачення своїм власним можна спробувати виправдати браком досвіду, прагненням утвердити себе в обраній професії, в якій молодий фахівець робить лише перші кроки. Проте доволі часто автору доводиться стикатися із редактором, який, з огляду на багаторічний досвід, вважає за можливе повчати, нав'язуючи автору своє бачення, тоді як справжній

професіонал має підказати варіанти покращення його тексту у ненав'язливий спосіб, щоб у того склалося враження, що рішення щодо певних змін і виправлень належить саме йому, а не було авторитарно насаджено редактором.

До професійних компетенцій коректора належить не лише досконале знання правопису, а й тонке відчуття нюансів слововживання, уміння помітити стильову недоречність, а часом і здатність запропонувати кращий варіант редагування. Сучасний коректор повинен усеосяжно бачити текст, бути знавцем мови, зобов'язаний бездоганно володіти технікою і методикою книжкової, журнальної та газетної коректур, уміти підраховувати обсяг виконаної ним роботи в обліково-видавничих аркушах, мати широкий кругозір і особливо добре знатися на проблемах, що визначені його видавництвом як профільні [3, с. 67].

Реалії роботи видавництв на Житомирщині такі, що науковий редактор залучається лише у разі потреби, а посада коректора у багатьох видавництвах взагалі відсутня, тож редактор має займатися і редагуванням, і здійсненням коректури, що негативно впливає на кінцеву якість видання, доволі часто до опрацювання авторського оригіналу залучається коректор-початківець або філолог, який взагалі необізнаний з методикою внесення коректурних виправлень. Непоодинокими є випадки, коли книга виходить в авторській редакції, без залучення до роботи над текстом редактора чи коректора. Про наявність коректоратів, та ще й двомовних, в обласних видавництвах взагалі не йдеться. Так, на сьогоднішній день у Житомирському комунальному книжково-газетному видавництві «Полісся», порівняно з іншими місцевими видавництвами (ПП «Рута», краєзнавче видавництво «Волинь», видавець М. Г. Косенко та інші), найбільш повно укомплектований штат працівників: тут працюють редактор, технічний редактор, коректор (ще кілька років тому у редакційному відділі працювали три коректори).

Негативний вплив на формування культури видання мають непоодинокі випадки скорочення термінів на редакційно-видавничу підготовку. Все частіше замовники намагаються звести її до мінімуму, тож навіть досвідчені працівники

не можуть гарантувати бездоганне опрацювання авторського оригіналу і підготовку його до друку за дуже стислий термін. При такому напруженому ритмі роботи доводиться відступати від традиційних методик редагування, адже у редактора не залишається часу на те, щоб повністю ознайомитися з авторським оригіналом, а необхідно робити стилістичні виправлення, керуючись своїми враженнями про текст після прочитання певної логічно завершеної частини матеріалу.

Слід зазначити, що друкована продукція, яка випускається місцевими видавництвами, у більшості випадків відповідає видавничим стандартам, має якісну редакційно-видавничу підготовку і є конкурентоспроможною на ринку. Своєрідним рейтингом якості роботи місцевих видавництв є щорічний конкурс «Книга року», у багатьох номінаціях якого кращою визнається продукція Житомирського комунального книжково-газетного видавництва «Полісся» («Літопис житомирського футболу», автор-укладач Віктор Казидуб), ПП «Рута» (Михайло Полюга «Избранные произведения» у 2-х томах), ФОП «Кирилюк І. В.» («Житомирський вернісаж. Краса України. Житомирщина») та ін.

Аналізуючи діяльність засобів масової інформації у сучасних умовах, неможливо ігнорувати факт, що для багатьох споживачів друковані ЗМІ, радіо і телебачення вже давно перестали бути єдиним джерелом інформації. В Україні триває активний розвиток процесів конвергенції у журналістиці та видавничій справі.

На думку Світлани Панюшкіної, основна суть конвергенції полягає в тому, щоб робити контент (інформаційні матеріали) для всіх видів ЗМІ й управляти цим інформаційним потоком з єдиного центру. Це не означає, що видавці відмовляються від якогось свого продукту й повністю переходять працювати у мережу Інтернет. Маємо на увазі сполучення різних інформаційних каналів і створення єдиної творчої редакції, в якій досягається максимальна синергія всіх ЗМІ [4].

М. І. Женченко у своєму дослідженні зазначає, що керівники багатьох російських та українських ЗМІ воліють створювати не конвергентну редакцію,

а кілька окремих редакцій, кожна з яких працює над створенням контенту для певної платформи (принт, сайт тощо). У такому разі редакція друкованої версії тісно співпрацює з редакцією мультимедійних інтернет-ресурсів. Остання ж є основним джерелом появи новітніх редакторських професій, серед яких редактор інтернет-ресурсу (сайту, порталу), контент-редактор, редактор мультимедійного контенту (мультимедіаредактор, веб-редактор мультимедійного контенту), редактор сформованого читачем контенту [5, с. 144].

Контент-редактори сайтів займаються написанням статей, прес-релізів, новин, описом послуг, заголовків і всього тексту, який можна змінювати чи оновлювати на сайті. Система управління сайтом дозволяє їм власними руками вносити інформацію і зміни в будь-який час [6].

Дефініція «контент-редактор» досить чітко характеризує діяльність особи, що відповідає за наповнення сайту. Проте, на відміну від таких назв посад, як редактор сайту (веб-проекту, Інтернет-ресурсу), не може вживатися як синонім головного редактора сайту [7].

Аналізуючи засоби масової інформації Житомирщини, ми дійшли висновку, що розвиток конвергенції в регіоні можна проілюструвати на прикладі видання «20 хвилин». Це незалежний портал з оперативним висвітленням подій у Житомирі та області. Новини створюються мультимедійною редакцією RIA та 20minut.ua. Сайт 20minut.ua входить до видавничої групи RIA Media, яка також є частиною Медіа-корпорації RIA, і висвітлює важливі та цікаві події з життя Житомира, Коростеня, Бердичева, Коростишева, Малина, Новоград-Волинського. Редакція запрошує читачів додавати власні новини в розділ «Від читачів», що засвідчує наявність сформованого читачем контенту. Для прихильників друкованого продукту видається газета «20 хвилин», яка є членом Всесвітньої Газетної Асоціації. «20 хвилин» діють також у Вінницькій, Тернопільській областях. До найпопулярніших інтернет-видань регіону належать «Журнал Житомира», «Житомир.info», «0412.ua».

Значною популярністю на Житомирщині, як і раніше, користуються друковані ЗМІ. Серед найпопулярніших видань – «Ехо», «Житомирщина», «Субота», «20 хвилин», «Лесин край», «Соборна площа», «Малинські новини», «Романівський вісник» та ін.

У деяких редакціях і сьогодні працюють випускові редактори. Така посада збереглася у газеті «20 хвилин», брусилівському «Відродженні», овруцькій «Зорі» та інших друкованих виданнях. Функції випускового редактора змінилися з появою так званої «холодної» (комп'ютерної) верстки і розвиваються у двох напрямках. З одного боку, у напрямі «відповідальних за номер», які координують надходження статей, перечитують їх, змінюють, розробляють обортку, і це все – під керівництвом головного редактора, який відповідає за зміст; ці дві функції у багатьох редакціях зводяться до однієї. З іншого боку, у напрямі дизайнерів, які вставляють всі необхідні елементи, налаштовують макет відповідно до графіки; вони переважно залежать від художнього керівника [8, с. 209]. Для друкованих ЗМІ Житомирщини характерний перший напрямок. Діяльність випускового редактора набуває особливого значення для тих видань, які верстаються і друкуються дистанційно.

Висновок. Отже, розглянувши особливості роботи редактора і коректора у сучасних умовах на прикладі видавництва і редакцій ЗМІ Житомирської області, а також проаналізувавши стан конвергенції у регіоні, доходимо висновку, що сьогодні на Житомирщині переважають друковані видання, проте все більшу аудиторію завойовують інтернет-медіа. Успішною є і практика створення конвергентного ньюзруму, коли на сторінках друкованого ЗМІ розміщено статті з аналізом ситуації і коментарями експертів, а на сайті вміщуються новини з відео- та аудіосюжетами; контент формується також читачами, які мають змогу надіслати новини електронною поштою або розмістити фото чи відео. На нашу думку, процес конвергенції на Житомирщині триватиме, адже потреби сучасного споживача все важче задовольняти лише за допомогою так званих «старих медіа». На прикладі ситуації, що склалася в Житомирській

області, можна аналізувати спільні і відмінні аспекти роботи редактора і коректора видавництв і редакцій ЗМІ інших регіонів України.

1. Тимошик М. С. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання : практичний посібник / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2012. – 384 с.
2. Партико З. В. Загальне редагування : нормативні основи : Навчальний посібник / З. В. Партико. – Л. : ВФ Афіша, 2006. – 416 с.
3. Крайнікова Т. С. Коректура : Підручник / Т. С. Крайнікова. – К. : Наша культура і наука, 2005. – 252 с.
4. Панюшкіна С. Перехід на нові формати / С. Панюшкіна. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/magazine/infoproject/2008-05-07/38219>.
5. Женченко М. І. Новітні редакторські професії в умовах конвергенції та мультимедіатизації ЗМІ / М. І. Женченко. – К. : Наукові записки Інституту журналістики. Т. 49, 2012. – С. 142–146.
6. Что за профессия – контент-редактор сайта? – [Електронний ресурс] – Режим доступу : // **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки..**
7. Дем'янова А. Контент-менеджер, веб-редактор чи редактор сайту? / А. Дем'янова. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : // http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n9-2/tele-and_radio_journalism-9-2-33.pdf.
8. Аньєс І. Підручник із журналістики : Пишемо для газет / І. Аньєс. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.